

**Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif**

**FAKTOR MEMPENGARUHI MINAT PELANCONG ASING TERHADAP  
KRAFTANGAN SARAWAK : KAJIAN KES DI KUCHING SARAWAK**

**Nicholas Mapang Anak Chandai**

**52852**

**Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan Dan Kreatif Dengan Kepujian**

**(WA59 - Pengurusan Seni)**

**2017**

**FAKTOR MEMPENGARUHI MINAT PELANCONG ASING TERHADAP  
KRAFTANGAN SARAWAK : KAJIAN KES DI KUCHING SARAWAK**

**NICHOLAS MAPANG ANAK CHANDAI**

**52852**

**Kajian ini merupakan salah satu keperluan untuk Ijazah Sarjana Muda**

**Seni Gunaan Dan Kreatif Dengan Kepujian**

**(Program Pengurusan Seni)**

**Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif**

**UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK**

**2018**

**UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK**

## BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS/LAPORAN

JUDUL: FAKTOR MEMPENGARUHI MINAT PELANCONG ASING TERHADAP KRAFTANGAN SARAWAK : KAJIAN KES DI KUCHING SARAWAK

SESI PENGAJIAN : 2015/2016

Saya : NICHOLAS MAPANG ANAK CHANDAI

Mengaku membenarkan tesis/laporan\* ini disimpan di Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut :

1. Tesis/Laporan adalah hakmilik Universiti Malaysia Sarawak
2. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja
3. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat pendigitan untuk membangunkan Pangkalan Data Kandungan Tempatan
4. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan tesis/laporan ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian tinggi
5. \*sila tandakan( / )

☐

SULIT  
TERHAD

(mengandungi maklumat yang berdjajah keselamatan atau kepentingan termaktub di dalam **AKTA RAHSIA RASMI 1972**)

☐

TIDAK TERHAD

(mengandungi maklumat terhad yang telah ditentukan oleh organisasi/badan di mana penyelidikan dijalankan)

☒

Tandatangan Penulis

Tarikh : 5/6 /2018

Tandatangan Penyelia

Tarikh : 5/6/2018

Alamat tetap :  
RUMAH WATSON,  
NANGA PELUGAU SELANGAU,  
9600,SIBU SARAWAK.

### Catatan:

\*Tesis/Laporan dimaksudkan sebagai tesis bagi Ijazah Doktor Falsafah, Sarjana dan Sarjana Muda

\*Jika Tesis/Laporan ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh tesis/laporan

ini perlu sebagai SULIT atau TERHAD

## **PENGAKUAN**

Projek bertajuk ‘**Faktor Mempengaruhi Minat Pelancong Asing Terhadap Kraftangan Sarawak : Kajian Kes Di Kuching Sarawak** telah disediakan oleh **Nicholas Mapang Anak Chandai 52852** dan telah diserahkan kepada Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif sebagai memenuhi syarat untuk Ijazah Sarjana Muda dengan Kepujian (**Pengurusan Seni**).

Diterima untuk diperiksa oleh:

---

( En. Fahmi bi Yahaya )

Tarikh :

## SENARAI KANDUNGAN

<b>BIL.</b>	<b>Muka Surat</b>
<b>BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS .....</b>	<b>i</b>
<b>PENGAKUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ISI KANDUNGAN .....</b>	<b>iii-vi</b>
<b>Abstrak .....</b>	<b>vii</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB SATU</b>	
1.1 Pengenalan .....	1-3
1.2 Latar belakang kajian .....	4-5
1.3 Pernyataan masalah .....	5-6
1.4 Objektif kajian .....	6-7
1.5 Persoalan kajian .....	7
1.6 Kepentingan kajian .....	7
1.7 Skop kajian .....	8
<b>BAB DUA</b>	
2.1 Rangka kerja penyelidikan .....	9
2.2 Pengenalan .....	10
2.2.1 Definisi kraftangan .....	10-12
2.2.2 Faktor minat .....	12 – 14
2.2.3 Bagaimana minat dibangunkan .....	14-15
2.3 Budaya .....	15-17

2.4 Harga .....	17-20
2.5 Kualiti .....	20-22
2.6 Hipotesis .....	22
2.7 Rumusan .....	23

### **BAB TIGA**

3.1 Pengenalan bab .....	24
3.2 Reka bentuk kajian .....	24-25
3.3 Sumber data .....	25
3.3.1 Data skunder .....	25-26
3.3.2 Data primer .....	26
3.4 Populasi .....	26
3.5 Sampel .....	27- 28
3.6 Instrumen kajian .....	28-29
3.6.1 Borang soal selidik .....	29-31
3.7 Kaedah analisis data .....	31- 33
3.8 Rumusan .....	34

### **BAB EMPAT**

4.1 Pengenalan .....	35
4.2 Analisis deskriptif .....	36
4.2.1 Demografi .....	36-47
4.3 Analisis kebolehpercayaan .....	48
4.3.1 Budya .....	49-50
4.3.2 Harga .....	50- 51

4.3.3 Kualiti .....	51- 52
4.4 Analisis kebolehpercayaan pembolehubah bersandar .....	53
4.5 Correlation analisis .....	54-55
4.6 Rumusan .....	55

## **BAB LIMA**

5.1 Pengenalan bab .....	56
5.2 Perbincangan kajian .....	57
5.2.1 Hubungkait antara faktor budaya dengan faktor .....	57
minat pelancong terhadap kraftangan Sarawak	
5.2.2 Hubungkait antara faktor harga dengan faktor .....	57-58
minat pelancong asing terhadap kraftangan Sarawak	
5.2.3 Hubungkait antara faktor kualiti dengan faktor .....	58
minat pelancong asing terhadap kraftangan Sarawak	
5.3 Cadangan umum .....	59
5.3.1 Cadangan kepada pengusaha kraftangan .....	59
5.3.2 Cadangan kepada pengkaji akan datang .....	59-60
5.3.3 Cadangan kepada organisasi .....	60
5.4 Ringkasan keseluruhan bab .....	60-62
5.5 Limitasi kajian .....	62- 63
5.6 Kesimpulan .....	63- 64
5.7 Rumusan bab lima .....	65

## **RUJUKAN**

## **LAMPIRAN**

## **ABSTRAK**

Industri kraftangan merupakan industri yang semakin berkembang pesat pada masa kini. Tetapi situasi ini agak bertentangan dengan perkembangan industri ini di Sarawak kerana sambutan yang diperolehi daripada penduduk tempatan adalah sangat kurang terhadap kraftangan ini tetapi sambutan yang lebih memberangsangkan daripada pelancong asing. Oleh yang demikian kajian ini dilakukan adalah untuk mengenalpasti faktor yang mempengaruhi minat pelancong terhadap kraftangan Sarawak. Seramai 150 pelancong asing dari pelbagai benua dipilih untuk melaksanakan kajian ini. Satu set soalan soal selidik yang mengandungi 33 item, dengan menggunakan ukuran skala likert. Data dianalisis menggunakan perisian *statistical Package for the Social Science (SPSS)* versi 23. Secara keseluruhan dapatan kajian mendapati bahawa faktor yang mempengaruhi minat pelancong terhadap kraftangan sarawak adalah disebabkan oleh faktor harga yang mempengaruhi minat pelancong asing terhadap kraftangan Sarawak.

Katakunci: faktor, minat, kraftangan.



## ABSTRACT

*The handicraft industry is a growing industry today. But this situation is somewhat contrary to the development of this industry in Sarawak as the response from the locals is very poor towards this handicraft but a more favorable response from foreign tourists. Therefore, this study was conducted to identify factors affecting the interest of tourists in Sarawak handicraft. A total of 150 foreign tourists from various continents were selected to carry out this study. A set of questionnaires that contains 33 items, using the likert scale. The data were analyzed using the Statistical Package for Social Science (SPSS) version 23. Overall, the findings showed that the factors affecting the interest of tourists towards sarawak handicraft were due to the price factor which affects the interest of foreign tourists towards Sarawak handicraft.*

*Keywords: factors, interests, handicrafts.*

## **BAB SATU**

### **1.1 PENGENALAN**

Sarawak merupakan sebuah negeri yang mempunyai penduduk yang berbilang kaum. Disamping itu, Sarawak yang mempunyai sumber hutan semula jadi yang banyak. Sarawak merupakan sebuah negeri yang sangat kaya dengan sumber hutan di Malaysia. Oleh yang demikian dengan memiliki sumber hutan ini, telah memudahkan penduduk yang tinggal di negeri ini mudah untuk mendapatkan sumber menghasilkan kraftangan. Penghasilan kraftangan di negara ini dihasilkan adalah berdasarkan kepada kemahiran tangan seseorang pengkarya ( Zakaria.N.M,2103).

Seseorang pengiat kraftangan semestinya menginginkan satu kualiti yang akan dapat menarik minat pembeli yang datang supaya usaha dan titik peluh mereka untuk menghasilkan kraftangan tersebut tidak hanya membazir sahaja dan mendapat pulangan kepada mereka. Penghasilan kraftangan bukanlah sesuatu kerja yang mudah, kerana perlukan peneliti supaya kraftangan yang dihasilkan mendapat tempat di pasaran.

Industri kraftangan merupakan indstri yang dapat memberikan pulangan yang agak lumayan kepada pengusaha kraftangan tempatan. Industri kreatif merupakan industri yang semakin berkembang di negara ini untuk menjadi peluang kepada individu yang yang berkamahiran mendapatkan sumber rezeki mereka. Oleh yang demikian pengusaha dan penjual hasil kraftangan tempat haruslah bijak untuk mengambil peluang terhadap pemasaran kraftangan yang mereka hasilkan. Kejayaan pemasaran dan kejayaan produk yang mereka hasilkan untuk menembusi pasaran

adalah bergantung kepada kreativiti dan usaha mereka sendiri untuk mencari faktor yang mampu mempengaruhi pelanggan mereka untuk membeli produk yang mereka hasilkan.

Kebanyakan pengusaha kraftangan di negara ini menghasilkan kraftangan lebih tertumpu kepada identiti sesebuah kaum ( Zakaria.N.M, 2013). Penghasil kraftangan selalunya akan membuat sesebuah produk kraftangan yang mempunyai identiti kaum yang ada di negeri ini. Pelancong yang membeli kraftangan ini akan dapat mengetahui setiap produk yang dihasilkan adalah melambangkan identiti masyarakat yang pelbagai di negara ini. Kraftangan ini akan menjadi sebahagian daripada penghubung kepada pelancong yang pertama kali datang ke negara ini untuk mengetahui bahawa di negeri Sarawak ini sahaja masyarakat yang mempunyai berbilang kaum yang menjadi keunikan daripada negara yang lain.

Industri kraftangan di negara ini mula berkembang apabila berlakunya kegiatan pemasaran kraftangan di Singapura yang dijalankan oleh sekumpulan pegawai melayu dan inggris pada tahun 1930 ( Juhari. A.A, 2013). Pada tahun 1930 Singapura merupakan sebahagian daripada negeri yang bergabung dengan Malaysia. Perkembangan kraftangan di negara ini sememangnya bermula daripada individu yang berpengaruh dan berkebolehan dalam melaksanakan pemasaran.

Industri kraftangan ini telah lama berkembang di negara kita, tetapi pada masa dahulu industri ini bukanlah industri yang banyak diceburi oleh orang ramai. Masyarakat pada masa dahulu masih menganggap bahawa kraftangan ini bukanlah industri yang akan dapat mendatangkan keuntungan kepada mereka. Selain itu pada masa dahulu pengusaha kraftangan ini tidak ada pertubuhan yang menjaga kebajikan mereka dan membantu dalam usaha untuk memasarkan kraftangan tersebut. Industri

kraftangan di negara kita semakin berkembang dengan tertubuhnya sebuah pertubuhan yang dikenali sebagai Lembaga kraftangan Malaysia pada tahun 1973 ( Juhari.A.A,2013).

Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia memainkan peranan yang sangat penting dalam memastikan industri kraftangan ini dapat terus berkembang. Berdasarkan Akta 222, Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia 1979 ( laman web rasmi Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia, 2018), menyatakan bahawa Perbadanan ini memainkan peranan untuk :

- a) Memajukan, menggiatkan, dan memulihkan kemahiran dan ketukangan tradisional.
- b) Memajukan dan mengiatkan perkembangan dan memelihara standard, perusahaan kraftangan dengan berbagai cara, termasuk mengadakan perkhidmatan penyelidikan, penasihat, dan pengembangan bakat kepada individu yang berdaftar dibawah mereka untuk memastikan mereka mampu menjadi pengusaha kraftangan yang berkemahiran tinggi.
- c) Mengorentasi dan memperbaiki kualiti dan menyenggara standars dan keluaran-keluaran kraftangan untuk pasaran tempatan dan luar negara.
- d) Memajukan pemasaran dan pengeksport keluaran-keluaran kraftangan.

## **1.2 LATAR BELAKANG KAJIAN.**

Perusahaan kraftangan adalah usaha yang murni yang dijalankan untuk menghargai kraftangan tradisional masyarakat di negeri ini. Kraftangan yang dihasilkan dapat menjadi kepada penceritaan hasil tangan sesebuah budaya yang ada di Sarawak. Sarawak merupakan sebuah negeri yang mempunyai penduduk yang berbilang kaum yang terbanyak di malaysia. Oleh yang demikian, setiap suku kaum tersebut semestinya mempunyai hasil kraftangan yang tersendiri. Mempunyai hasil karya yang tersendiri setiap kaum akan dapat memberikan kelebihan kepada penjual kraftangan untuk menjual kraftangan yang kepelbagaian dalam permis mereka untuk menjadi pilihan kepada pelancong yang ingin membeli.

Kajian ini akan menganalisa faktor yang menjadi pendorong kepada pembelian kraftangan yang ada di Sarawak. Kraftangan Sarawak selalunya akan mendapat sambutan yang memberangsangkan daripada pelancong luar negara terutamanya. Sambutan yang diterima daripada penduduk tempatan sendiri adalah sangat kurang. Oleh yang demikian, kajian ini akan menganalisa berberapa aspek yang diambil kira oleh pelancong luar negara untuk membeli kraftangan sarawak.

Pengkaji memilih berberapa faktor yang mendorong pembeli untuk membeli kraftangan sarawak disebabkan faktor tersebut adalah antara faktor utama yang mempengaruhi seseorang pembeli. Terdapat berberapa kajian lepas juga menyatakan bahawa faktor tersebut yang mampu digunakan untuk mendapatkan hasil kajian yang mereka lakukan.

Oleh itu, kajian ini dijalankan adalah untuk menganalisa faktor yang menyebabkan pelancong luar untuk membeli kraftangan Sarawak. Pemboleh ubah

tidak bersandar yang digunakan oleh pengkaji dalam kajian ini terbahagi kepada empat aspek utama iaitu, dari aspek budaya, peribadi, kualiti, dan juga harga. Pemboleh ubah tidak bersandar ini akan menyokong kepada topik utama yang mahu dikaji oleh pengkaji iaitu faktor yang menyebabkan pelancong asing mahu membeli kraftangan Sarawak.

### **1.3 PENYATAAN MASALAH**

Industri kraftangan sudah lama berkembang di negara ini. Industri kraftangan merupakan industri yang semakin mendapat sambutan di negara ini oleh usahawan seni tempatan. Industri kraftangan akan dapat meningkatkan pendapatan yang diperolehi oleh pengusaha sekiranya mereka bijak untuk mencari peluang dalam pemasaran. Selain itu industri kraftangan ini akan dapat membantu memelihara industri budaya di negara ini melalui penghasilan produk budaya dalam kraftangan.

Industri kraftangan di negara ini berdepan dengan persaingan daripada negara jiran ( Sakini Mohd Said,2016). Persaingan ini disebabkan oleh persamaan dari segi identiti yang ditonjolkan yang menyebabkan pelancong keliru dengan keaslian kraftangan tersebut yang mempunyai persamaan tetapi dijual dengan harga yang berbeza. Kraftangan dari negara jiran dan negara serantau merupakan menjadi pesaing utama kraftangan di negara ini. Contohnya kraftangan dari negara jiran Indonesia yang hampir mempunyai persamaan dengan kraftangan di negara ini. Kraftangan yang dikeluarkan oleh negara jiran ini akan mempunyai nilai pasaran yang lebih rendah berbanding kraftangan di negara kita. Oleh yang demikian disebabkan oleh faktor harga yang lebih rendah menyebabkan orang ramai malahan pelancong asing lebih cenderung untuk membeli kraftangan tersebut.

Pengkaji juga mendapati bahawa, generasi muda di negara ini kurang untuk menceburi bidang industri kraftangan ( Dewiana Tinggolongan, 2015). Pengkaji mendapati bahawa generasi muda kurang berminat dan tidak mempunyai kemahiran yang mencukupi menyebabkan generasi ini kurang menceburi industri kraftangan tempatan. Pada masa kini, industri kraftangan di negara kita masih dikuasi oleh golongan yang berumur yang lebih mendalami kraftangan tempatan. Penyertaan generasi untuk menceburi industri kraftangan adalah sangat digalakan untuk memberikan idea yang lebih kreatif dan inovasi yang mampu menarik minat penduduk tempatan dan pelancong asing untuk membeli kraftangan di negara ini.

Seterusnya, industri kraftangan merupakan bukan industri utama di negara ini menyebabkan industri ini menjadi kurang tumpuan masyarakat di negara untuk ceburi. Industri kraftangan tidaklah setaraf dengan industri yang sedang giat membangun di negara ini yang telah menyebabkan industri ini kurang mendapat perhatian daripada agensi yang bertanggungjawab.

#### **1.4 OJEKTIF KAJIAN**

Objektif kajian adalah sesuatu yang penting dalam kajian. Objektif kajian akan menjadi panduan untuk membat kajian supaya idak lari dari konteks asal kajian. Pengkaji telah menyenaraikan berberapa objektif untuk menjalankan kajian ini. Antaranya adalah :

- 1.4.1 Menganalisa hubungan antara faktor budaya dengan minat pelancong asing terhadap Kraftangan Sarawak.
- 1.4.2 Menganalisa hubungan antara faktor kualiti dengan minat pelancong asing terhadap Kraftangan Sarawak.

- 1.4.3 Menganalisa hubungan antara faktor harga dengan minat pelancong asing terhadap Kraftangan Sarawak.

## **1.5 PERSOALAN KAJIAN.**

- 1.5.1 Adakah faktor budaya menjadi faktor kepada minat pelancong asing terhadap Kraftangan Sarawak.
- 1.5.2 Adakah faktor kualiti menjadi faktor kepada minat pelancong asing terhadap Kraftangan Sarawak.
- 1.5.3 Adakah faktor harga menjadi faktor kepada minat pelancong asing terhadap Kraftangan Sarawak.

## **1.6 KEPENTINGAN KAJIAN**

Kepentingan kajian ini dijalankan diharapkan akan dapat membantu pembangunan industri kraftangan Sarawak. Kajian ini juga akan dapat mengenalpasti faktor yang mendorong pelancong yang datang ke Sarawak berminat untuk membeli kraftangan Sarawak. Dengan adanya faktor yang telah mendorong pelancong untuk membeli kraftangan Sarawak ini, ia diharapkan akan dapat membantu pengusaha kraftangan untuk meningkatkan lagi perusahaan mereka.

Selain itu, dengan adanya faktor pendorong ini akan dapat membantu pengusaha dan usahawan kraftangan tempatan akan dapat membuat penambahbaikan terhadap produk mereka berdasarkan data yang diperolehi. Penciptaan produk kraftangan juga akan dapat dibuat berdasarkan faktor yang telah menjadi pendorong kepada pembelian pelancong.



## **1.7 SKOP KAJIAN**

Fokus utama kajian ini adalah untuk menganalisa faktor pendorong pelancong asing untuk membeli kraftangan Sarawak. Kajian ini akan dijalankan untuk mengenalpasti faktor utama yang menjadi pendorong pelancong asing membeli kraftangan sarawak. Kajian ini akan dilakukan kepada pelancong lelaki dan wanita. Pengkaji akan mengedarkan sebanyak 150 borang selidik kepada pelancong asing yang datang ke tempat menjual kraftagan di sekitar Sarawak.

## BAB DUA

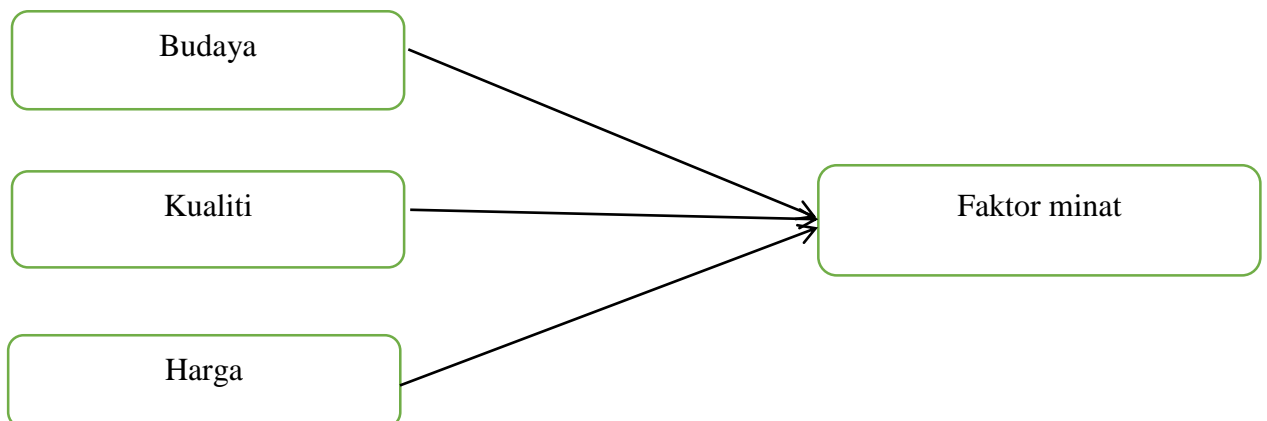
### SOROTAN KESUSTERAAN

#### 2.1 RANGKA KERJA PENYELIDIKAN

Rangka kerja penyelidikan ini akan terbahagi kepada dua iaitu pemboleh ubah tidak bersandar dan pemboleh ubah bersandar. Rangka kerja penyelidikan ini juga akan dapat membantu pengkaji untuk melaksanakan kajian ini dengan lebih terperinci dan tidak lari daripada kajian yang akan dilaksanakan. Pemboleh ubah bersandar dalam kajian ini adalah faktor minat. Faktor minat ini adalah untuk mengenalpasti apakah faktor yang menjadi pengaruh kepada pelancong asing meminati kraftangan Sarawak. Pemboleh ubah yang tidak bersandar dalam kajian ini terbahagi kepada tiga iaitu budaya, kualiti, dan harga.

**Pemboleh ubah tidak bersandar**  
**bersandar**

**Pembolehubah**



**Rajah 1 : Rangka kerja penyelidikan.**

## **2.2 PENGENALAN**

Sorotan kesusteraan adalah sangat penting dalam melaksanakan sesebuah kajian. Sorotan kesusteraan akan memberikan maklumat dan gambaran yang lebih jelas dalam melaksanakan sesebuah kajian. Pemilihan kajian lepas yang bersesuaian dengan kajian yang akan dilakukan oleh pengkaji haruslah bersesuaian dengan kajian yang akan dilakukan. Dalam sorotan kesusteraan ini, pengkaji akan mengemukakan teori yang bersesuaian dengan kajian yang akan dilakukan. Maklumat yang akan dikemukakan dalam kajian ini adalah lebih kepada faktor minat seseorang individu terhadap produk. Kajian ini juga akan mendefinisikan pemboleh ubah yang akan digunakan dalam kajian ini. Selain itu, hubungan antara pemboleh ubah, kerangka konseptual penyelidikan, dan hypothesis penyelidikan.

### **2.2.1 DEFINISI KRAFTANGAN**

Kraftangan adalah salah satu alat komunikasi untuk menyampaikan mesej sesuatu budaya kepada orang ramai melalui produk budaya. Kraftangan ialah kerja penghasilan peralatan atau produk hiasan yang dihasilkan menggunakan kemahiran tangan (Nadinar,2011). Penghasilan sesuatu kraftangan adalah memerlukan ketelitian untuk mendapatkan hasil yang memuaskan. Kemahiran yang dimiliki oleh seseorang individu pengusaha kraftangan adalah menjadi aset utama untuk menghasilkan kraftangan yang mempunyai daya tarikan yang menarik.

Berdasarkan buku *Global market assessment for handicrafts*, kraftangan adalah ungkapan keunikan budaya tertentu yang dihasilkan melalui pembuatan barangan menggunakan bahan tempatan (Krivoshykova,T.B.2006). Kraftangan

adalah produk budaya yang banyak dihasilkan menggunakan hasil hutan. Sarawak yang mempunyai kawasan hutan yang sangat luas akan memudahkan para pengusaha kraftangan ini untuk mendapatkan bahan semula jadi untuk dibuat menjadi kraftangan mengikut kesesuaian barangan tersebut. Ungkapan yang menyatakan kraftangan adalah keunikan sesebuah budaya adalah dengan penghasilan kraftangan yang dihasilkan mengandungi nilai keunikan yang tersendiri. Kraftangan adalah satu produk budaya yang mempunyai nilai keunikan yang sangat terselah.



Gambar 2.0

Sumber:[https://media.karousel.com/media/photos/products/2017/04/26/kain\\_tenun\\_benang\\_emas\\_unik\\_sarawak\\_1493218645\\_8f5d49b5.jpg](https://media.karousel.com/media/photos/products/2017/04/26/kain_tenun_benang_emas_unik_sarawak_1493218645_8f5d49b5.jpg)

Keunikan yang jelas terhasil dalam produk budaya yang dihasilkan di Sarawak. Keunikan yang dimiliki akan dapat mempengaruhi pelancong yang datang untuk terpengaruh dan meminati kraftangan yang yang dihasilkan.

Shepard 1983, menyatakan bahawa kraf dapat ditafsirkan sebagai lambang identiti yang harus dipelihara (Amin, M.S, 2011). Oleh kerana kebanyakan kraftangan yang dihasilkan di Sarawak ini adalah berteraskan budaya sesebuah kaum, kraftangan tersebut boleh dijadikan sebagai identiti sesebuah kaum yang akan ditunjukkan kepada pelancong asing yang datang. Melalui penghasilan kraftangan ini seseorang pembeli

yang mendalami dan memahami identiti sesebuah kaum akan mengetahui mesej yang disampaikan melalui kraftangan tersebut.

Menurut Sulaiman (1989), beliau menyatakan kraftangan adalah kegiatan penghasilan produk daripada minat individu itu sendiri. Minat seseorang individu yang mendalam mengenai budaya yang ada pada mereka boleh menjadi inspirasi kepada diri mereka untuk menghasilkan kraftangan. Pengaplikasikan budaya kepada kraftangan bukanlah sesuatu kerja yang mudah. Maksud yang ingin disampaikan dalam karya kraf yang dihasilkan hendaklah sampai kepada pembeli ataupun orang yang datang ke bazar kraf. Anak-anak muda sekarang sukar untuk dilihat dapat menceburi bidang kraftangan kerana minat mereka untuk mendalami budaya adalah sangat kurang berbanding orang terdahulu.

Perbadanan kemajuan kraftangan Malaysia pula mentafsirkan kraftangan sebagai sesuatu produk ataupun karya yang dihasilkan menggunakan kemahiran tangan. Kemahiran adalah aspek yang penting dalam menghasilkan sesuatu karya yang sempurna. Tahap kesabaran untuk menghadapi setiap dugaan yang dihadapi semasa membuat karangan kraf adalah aspek utama kepada seseorang pengkarya menghasilkan sebuah karya yang sempurna.

### **2.3 FAKTOR MINAT**

Faktor minat secara kolektif adalah sesuatu yang sangat bermakna bagi seseorang individu yang mampu mempengaruhi fikiran mereka untuk meminati sesuatu benda, aktiviti, dan produk ( Hulleman,J.M,2010 ). Berdasarkan pandangan yang diberikan tersebut menyatakan bahawa minat bukan hanya terarah kepada satu benda sahaja, tetapi minat ini adalah satu aspek sangat luas yang akan mengubah pendirian

seseorang. Setiap individu semestinya mempunyai minat yang lebih daripada satu sahaja. Contohnya, minat ke arah produk, minat terhadap aktiviti sukan, dan minat terhadap seseorang. Dalam kajian kes yang akan dilakukan oleh pengkaji, pengkaji akan menganalisa faktor minat yang akan mempengaruhi minat pelancong asing terhadap kraftangan Sarawak. Hasil daripada faktor yang akan dikemukakan, pengkaji akan dapat mengenalpasti faktor utama yang akan mempengaruhi minat mereka.

John Dewey pernah menggambarkan bahawa minat ini diliputi oleh aktiviti, objek, dan perbincangan yang akan dilakukan oleh seseorang (Hulleman, J.M 2010). Dalam makna ini, contoh kes yang akan berlaku adalah dari aspek rancangan televisyen yang menarik, rancangan yang menarik yang akan disiarkan di rancangan televisyen, menyebabkan penonton akan tertarik dan keadaan akan menjadi bertambah hangat apabila terdapat penonton yang teruja dengan rancangan tersebut menyebabkan mereka berkelakuan bising kerana gagal menyembunyikan perasaan bangga mereka. Dalam aspek kraftangan pula, pelancong yang datang ke negeri ini yang akan melihat sendiri keunikan dan kualiti yang ada pada kraftangan yang dihasilkan menyebabkan mereka merasakan sangat teruja dan akan menjuruskan kepada keinginan mereka untuk membeli disebabkan tarikan yang ada pada kraftangan tersebut.

Hidi dan Baird, 1998; Renninger, 2000 menyatakan bahawa minat kontemporari terbahagi kepada dua aspek iaitu kepentingan kepada individu sendiri dan kepentingan kepada keadaan sekeliling (Hulleman, J.M, 2010). Kepentingan kepada individu adalah dari segi sifat yang dimainkan oleh seseorang individu tersebut. Contohnya kepentingan Sandy's dalam sukan bola keranjang dan Jean's dalam teori sains telah berkembang dengan begitu baik disebabkan oleh minat

individu untuk menggunakan produk ini sebagai pelengkap kepada aktiviti harian mereka.

### **2.2.3 BAGAIMANA MINAT DIBANGUNKAN**

Minat ini adalah personal bagi seseorang individu. Oleh yang demikian bagaimana minat pada seseorang itu dapat dibangunkan dan ketengahkan mereka dalam kehidupan seharian mereka. Berdasarkan kes yang dikemukakan oleh Hidi dan Renninger, 2006 menyatakan bahawa minat ini dapat dibangunkan melalui sesuatu yang dapat menarik perhatian seseorang. Contohnya dengan menonton filem berkenaan dengan perang saudara pada masa dahulu yang dilakonkan semula dalam filem dan mempunyai jalan cerita yang sama dengan situasi sebenar. Seseorang individu yang meminati untuk mengetahui dengan secara terperinci apakah penyebab utama perang tersebut berlaku. Oleh yang demikian filem yang sebegini telah menyebabkan mereka untuk tertarik dan minat terhadap filem tersebut walaupun filem tersebut bukanlah situasi yang sebenar.

Menurut Hidi dan Renninger dalam kajian mereka menyatakan bahawa faktor menyumbang kepada faktor minat yang ada pada diri seseorang adalah disebabkan oleh pengetahuan diri seseorang individu, emosi yang positif, dan nilai peribadi. Minat yang ada pada diri seseorang akan dapat dipengaruhi oleh individu lain. Contohnya paling jelas dalam realiti sekarang adalah pembelian produk yang berjenama, contohnya kereta. Pembelian kereta yang mewah oleh rakan sekerja ataupun jiran yang akan mempengaruhi rakan sekerja untuk berusaha membeli kereta yang sama disebabkan oleh kualiti kereta tersebut yang sangat baik dan menjadi penyebab kepada minat mereka untuk memiliki kereta yang sama berdasarkan kepada

kemampuan mereka. Dalam aspek produk budaya ini pula, pembelian kraftangan yang dilakukan oleh rakan yang pernah ke negeri ini terlebih dahulu yang menyumbang kepada individu yang datang ke negeri ini juga mempunyai keinginan yang sama untuk mendapatkan produk kraftangan tersebut contohnya kraftangan manik yang sangat terkenal dalam industri kraftangan disebabkan oleh keunikan rekaan dan mudah untuk dibawa balik ke negara asal mereka.

## **2.4 BUDAYA**

Produk budaya iaitu kraftangan sangat sukar untuk menarik perhatian pelanggan tempatan terutamanya. Walaubagaimanapun pelancong asing yang datang ke negara kita mereka akan membuat penilaian yang tersendiri. Penilaian yang mereka lakukan terhadap budaya yang mendalam akan dapat menyebabkan mereka akan meminati produk budaya yang ada di negeri ini. Seperti yang diketahui, kraftangan yang dihasilkan di negeri ini kebanyakan berasaskan budaya yang dimiliki oleh sesebuah kaum yang mendiami negeri ini. Penyampaian identiti kaum tersebut didalam kraftangan akan dapat menarik minat pelancong asing terhadap kraftangan tersebut.

Berdasarkan buku “ The impact of culture on creativity” budaya ini mampu memberikan inspirasi kepada seseorang individu sekiranya aspek budaya yang ada diketengahkan kedalam produk ( Attaki,J,2009). Kesan yang dimainkan oleh budaya sangat penting untuk mempengaruhi seseorang pengguna. Pengguna dapat menjadikan budaya yang ada pada kraftangan dijadikan sebagai inspirasi kepada diri mereka. Imej budaya yang ada pada kraftangan akan dapat memberikan kesan kepada emosi mereka untuk menentukan mereka meminati produk tersebut sehingga menyebabkan mereka sanggup membeli.